

● María Cinta Aguaded Gómez  
Huelva

## La familia ante el consumo de la TV de sus hijos: orientaciones y propuestas

The family and the children's consumption of television: orientations and proposals

En este trabajo, que se expone a continuación, se presentan las conclusiones extraídas de una investigación realizada con alumnos de la zona del Andévalo (provincia de Huelva) que cursan 2º Ciclo de Educación Primaria (Tercero y Cuarto). En este estudio se pretendía averiguar en qué medida la televisión se hace presente en la vida de estos alumnos, y qué repercusiones tiene para su vida escolar y familiar.

The purpose of this study is to provide a social and educational description of the influence of TV in children's lives. The sample included children from the 2<sup>nd</sup> level of Primary Education (third and fourth courses) from «Andévalo School» (Spain). The practical implications of this study for parents are also discussed.

Orientaciones familiares, educación en los medios de comunicación, consumo de televisión.  
Family orientation, education in mass media, television consumption.

Nuestras escuelas no deben permanecer ajenas a la sociedad y a los cambios que en ella se producen. Los medios tecnológicos (el vídeo, la televisión, los ordenadores...) han invadido nuestros hogares. Para nuestros alumnos forman parte de su entorno y les sería muy difícil convivir sin ellos.

Las investigaciones en torno a estos cambios sociales son muchas –así, tanto sociólogos, psicólogos como educadores– estudian su influencia en las familias, los niños y las relaciones entre ellos. Se modifican los gustos, los hábitos de vida, los modelos de comportamiento social y todo este cambio repercute en la escuela.

La influencia de los medios de comunicación da lugar a un nuevo tipo de alumnado que aparece como receptor involuntario de una información que se da fuera del aula, cuya estructura puede caracterizarse como: inmediata, no lineal y fragmentaria. Esta infor-

❖ María Cinta Aguaded Gómez es psicóloga y pedagoga de los Equipos de Orientación Educativa y profesora de la Universidad de Huelva en el Departamento de Educación de la Facultad de Ciencias de la Educación (mariacinta.aguaded@dedu.uhu.es).

mación, recibida a través de los medios de comunicación social, se enfrenta en el proceso educativo, a la procedente de los currículos explícitos que se transmiten en el aula y que se presentan, en cambio, de forma jerárquica, sucesiva y continua.

Muchas familias señalan la preocupación por la cantidad de horas de televisión que visionan sus hijos, el apego que manifiesta a este medio y lo que les motiva. Estas horas, no sólo deben ser cuantificadas, sino analizadas basándose en los contenidos de los programas que ven, pues no solamente los calificados de adultos, sino también algunos dibujos animados, están cargados de agresividad, violencia y necesidad de lucha para solucionar los problemas. Todas estas manifestaciones son valoradas por los alumnos, y a veces, el héroe, considerado el que más pelea, se convierte en un modelo a imitar. Estos modelos son replica de sus conductas que se pone en evidencia en acciones cotidianas. Por tanto, los hábitos de nuestros alumnos nos servirán de base para adentrarnos en su mundo y conocer sus conexiones con la televisión: transmisión de valores, actitud y estilos de vida y así, poder averiguar cómo influye todo esto en el sistema familiar y en la relaciones con sus padres.

### 1. Relevancia de la investigación

Una vez especificada la importancia de nuestra investigación es necesario hacer una revisión histórica de los distintos trabajos realizados en torno a este tema, comprobando la relevancia que tienen en el contexto social y educativo.

El mundo televisivo acapara la mayor parte de las imágenes que invaden la sociedad, su influencia es aceptada por la mayoría; por este motivo, se han realizado y se realizan muchas investigaciones en torno a él. Pero, si existen tantas investigaciones ¿por qué no se obtienen datos relevantes? El motivo es que existe una incapacidad investigadora para aislar el fenómeno del resto de los factores que conforman la vida diaria de cualquier persona. Contreras (1992: 13) apunta «la imposibilidad de analizar la influencia que el medio televisivo tiene en la sociedad, y particularmente en el ámbito infantil».

Rodríguez (1992: 103) indican que «la presencia de la televisión, mucho más que otro medio, ha despertado el interés de los investigadores sociales. Esta iniciativa, que nació con el propio medio, se ha centrado muy a menudo en su relación con los niños y niñas».

La evidencia de los importantes efectos de la televisión fue captada rápidamente por los analistas sociales, quienes se apresuraron de inmediato al estudio de tales efectos en las más diversas áreas.

Naturalmente, la influencia sobre los niños, ha sido una de las temáticas en las que las investigaciones se han volcado. En este sentido, Aimeé (1958: 7) en uno de los textos de referencia para el estudio de esta interacción, «Televisión and children: a special médium for a special audience», señala que desde el pionero estudio de Himmelweit (1958), «Televisión and the child», hasta la década de los 80 se recogen en la literatura científica, referido sólo a la lengua inglesa, más de 2.500 referencias acerca de niños y televisión y según Morrisett (1984: 9) más de 3.000.

Hay que señalar también los trabajos de Wärtella y Reeves (1984), que hacen una rigurosa panorámica de las investigaciones y tendencias pasadas y actuales en el estudio de las interacciones televisión-niños.

Las investigaciones pioneras de Himmelweit (1958) fueron importantes porque sentaron las bases de los estudios posteriores y recogieron los tópicos que iban a dominar gran parte de los estudios futuros de la «Communication Research». Muñoz y Pedrero (1996), y también Vilches (1993), recogen las principales aportaciones de esta investigación:

- Comportamiento: los niños dedican mayor tiempo a este medio que cualquier actividad u ocio.
- Preferencia de programas: Los niños ven con placer espacios destinados a los adultos, sobre todo los de entretenimiento, donde se identifican con personajes simpáticos.
- Géneros: A los niños le impresionan los que tienen formas dramáticas y las formas realistas de presentar la violencia.
- Violencia: Nada prueba que los programas le hagan más agresivos, pero tampoco que tengan un efecto benéfico sobre ellos.
- Medios: La atención a otros medios (radio, lectura...) ha disminuido desde que ven la tele, y también la asistencia al cine.
- Pasividad: No se demuestra que la televisión haga más pasivo a los niños, pero tampoco que les incite a otras actividades.
- Satisfacción de necesidades: No se puede establecer que el hábito de ver televisión responda a necesidades

precisas, pero la exposición al medio puede favorecer una inteligencia poco desarrollada, sentimientos de inseguridad, falta de adaptación, de amigos de contacto social.

Según Vilches (1993: 21) de nuevo «cuando se inician los estudios de los efectos de la televisión en los niños, se recogen y se repiten todas las fases de la investigación: comportamiento frente a la pantalla y tiempo dedicado a la visión en relación con los estudios, reacciones de los niños frente a los programas, contenidos, Así como los temas más complejos concernientes a la relación televisión/sistema de valores y comportamiento social».

La primera investigación a gran escala sobre el uso del televisor por los niños corresponde a Schramm, Lyle y Parker (1961) que analizaron miles de encuestas de alumnos y profesores y que supuso ya en la literatura investigadora la acuñación del concepto «que hacen los niños con la televisión». Significaba pasar de enfoques conductistas, donde el receptor es pasivo y ajeno de su contexto sociocultural, a una etapa en la que la perspectiva de estudio del receptor se estudia desde sus intereses políticos, económicos, comerciales etc., trabajándose la capacidad de impacto.

Una de las primeras aportaciones a esta nueva corriente es la teoría del desarrollo cognitivo (Vilches, 1993: 54). Para este enfoque: «el desarrollo del conocimiento de los niños es visto a través de los cambios cualitativos en la organización de ese conocimiento. Los estadios de desarrollo se definen en términos de estructuras cognitivas que le permiten al niño la percepción y el aprendizaje del entorno en diferentes edades. La definición de la estructura cognitiva como modelo o tendencia a un modelo de acción sirve como base de la orientación de la investigación sobre el niño como agente activo». En suma, la televisión, según estas corrientes cognitivas, ofrece a los niños y adolescentes materiales que sintonizan y permiten el desarrollo de las capacidades mentales en cualquier estado de desarrollo.

Collins (1982) sugiere también que el esfuerzo mental del niño frente al televisor es el procesamiento de la información, a través del cual percibe, discrimina, selecciona y almacena la información escogida, reestructurando informaciones previas. Otros autores señalan que este procesamiento de la información no es automático, sino que está condicionado por los contextos sociales y culturales que además de socioculturales, son también situacionales.

Sobre la televisión se han investigado múltiples aspectos, analizando su influencia en:

- El carácter de los niños (Hodge y Tripp 1988).
- El cambio de valores (Feria, 1995).
- La estructura familiar.
- El cambio de actitudes y problemas de personalidad (Rojas Marcos, 1992).
- La escuela y el rendimiento escolar.
- Las relaciones sociales.
- Los intereses políticos.
- La violencia (Muñoz y Pedrero, 1996).
- El ocio y la distribución del tiempo libre.

Otros estudios van dirigido a analizar la influencia de la publicidad (Aguaded, 1998), o a formar telespectadores críticos, o a analizar la manipulación de la TV en los niños, o a cómo integrar los medios de comunicación en las aulas, o a analizar la televisión como transmisora de mensajes unidireccionales (Monescillo, 2000).

En una investigación que se ha realizado en los últimos años y que ha sido recientemente publicada en Portugal, se han anunciado tres áreas problemáticas en la vida cotidiana de niños en edad escolar (primer ciclo de la enseñanza básica) la vida dentro y fuera del hogar; las actividades autoeterminadas; y, finalmente, las actividades escolares y las impropriadamente llamadas de tiempo libre. Las conclusiones obtenidas fueron:

- El volumen del consumo de TV sigue siendo bastante significativo –con una media superior a las tres horas al día–; aunque una gran parte de este tiempo se refiere a un consumo no buscado, sino simplemente resultante de los vacíos sociales y de la falta de oportunidades que compitan con la oferta de la pequeña pantalla. Igualmente hay que decir que la TV no es solamente un agente estructurante de la vida cotidiana; es también expresión y resultado del cuadro de opciones, posibilidades y estilos de vida prevalecientes.

- Una gran parte de los niños participantes en la investigación viven con unas ganas enormes de poder salir más frecuentemente de su casa para realizar actividades tan simples como jugar, montar en bicicleta, practicar deportes o, por otro lado, visitar amigos y familiares queridos, viajar, ir a la playa. Esta conclusión rechaza la idea común de que los niños están masivamente como tele-adictos, pegados a la tele.

- Se asiste a una creciente institucionalización de la infancia, en un tipo de actividades que, además de la escuela, replica en muchas ocasiones, la lógica escolar. Esto se debe en gran medida a una indisponibilidad creciente de

los padres y/o a la no-coincidencia de los horarios profesionales con el de los centros educativos. La tendencia a culpabilizar a la televisión por los daños que provoca en los niños —a pesar de representar una variable no secundaria— puede funcionar como un alivio fácil para opciones y acciones que deberían ser consideradas en los cuadros de vida familiar y comunitaria.

- Todo esto nos lleva a determinar, al menos como hipótesis, que los niños son, en la gran mayoría de las situaciones, más objetos que sujetos, más consumidores que productores. Raramente sus voces son escuchadas de forma seria y continuada y sus márgenes de automatización parecen ser demasiado estrechas.

- La escuela sigue siendo un espacio-tiempo de enorme significado en la vida de los alumnos, no tanto por lo que pasa en el aula, como por los tiempos de encuentro e interacción entre pares, antes y después de las clases y en los intervalos.

En resumen, se puede plantear que vivimos tiempos de cierta perturbación y de paradoja en lo que respecta a los niños y a nuestra relación con ellos. Consideramos que ocupan demasiado tiempo con la televisión, pero organizamos la vida de tal manera que la TV es, en muchos casos su compañera primordial, la familia adoptan a veces un papel contradictorio, se preocupan de su excesivo consumo, pero también la utilizan como niñera y entretenimiento de sus hijos, por ser un medio de comunicación asequible a todos los hogares y fácil de utilizar. Todos estos factores inciden para que su consumo sea mayor.

Pero, ¿dónde radica el éxito de la televisión? Algunos autores piensan que en la expresividad; esa expresividad que entraña de por sí, la imagen fiel, el espejo en pequeña dimensión de lo que está ocurriendo o de lo que está diciendo una figura, una personalidad determinada.

Otros autores, opinan que la televisión a diferencia del cine ha desarrollado sus propios géneros, la mayoría herederos de la radio, como las retransmisiones, los concursos, y sobre todo el directo. El hecho de que lo que está ocurriendo y lo que el espectador ve en su pantalla coincida para éste en el tiempo provoca un aumento de la sensación de la realidad, incluso cuando esto haya sido grabado previamente o aún cuando este directo haya sido falseado. Ejemplos claros son los movimientos bruscos e innecesarios de la cámara para producir mayor realismo o contratar público para inducir al espectador que está ocurriendo en ese momento.

Por esto, la televisión tiene éxito, porque se dirige a unos esquemas mentales, a unas capacidades cognitivas, a unas estructuras perceptivas y a unas sensibilidades existentes previamente en el individuo. Pero, al mismo tiempo, la televisión potencia y modifica estos esquemas, estructuras, capacidades y sensibilidades:

- Transforma los hábitos perceptivos, al crear la necesidad de una hiperestimulación sensorial. El movimiento tiene gran fuerza para atrapar la mirada humana. El movimiento es un gran aliciente, la aceleración en la sucesión de planos. El zapping aumenta este fenómeno.

- La hiperestimulación deforma la realidad fragmentándola y compartimentándola mediante montajes trepidantes, cortes, elipsis, falta de continuidad narrativa, zig-zags imprevistos...

- La información que transmiten es dispersa, compartimentada, descontextualizada e incoherente. Por ello, algunos autores le llaman «la cultura mosaico».

- La televisión no sólo transforma las experiencias perceptivas sino también esto conlleva la modificación de los procesos mentales.

- En la televisión prima lo intuitivo y lo emocional sobre lo racional y lo intelectual. En ella se privilegia las respuestas emotivas y la seducción.

- Multiplica las experiencias, ya que tiene acceso a cantidad de informaciones. El problema es que el acceso a las experiencias vicarias o mediatizadas es con frecuencia en detrimento de las experiencias directas. Las representaciones sustituyen el contacto directo con la realidad.

Todas estas cualidades de la televisión la convierten en atractiva y por ello se consume tanto, pero ¿cuál es el motivo principal de su consumo?

El aumento del tiempo de permanencia ante la pantalla no es sino el resultado de un cambio en el modo de consumirla; para explicarlo resulta muy gráfica la distinción de Mariet (1994) en torno a las formas de uso de la televisión:

- La telepasión: se prefiere ver la TV en detrimento de otra actividad compatible interesante.
- La televisión-ganchillo: se ve al mismo tiempo que se efectúan otras tareas, como acompañamiento, igual que la radio.
- La tele-rellena-huecos: se ve porque no hay nada mejor que hacer, sin elección, cuando la televisión no tiene competidores.

Como Mariet (1994) postula, el tiempo que los niños consagran a la telepasión parece no depender de la clase social, mientras que el consumo de la televisión-ganchillo aumenta en la medida en que lo hacen los electrodomésticos y la oferta global de la televisión. Sin embargo, el desproporcionado uso de la televisión rellena-huecos, consecuencia del deterioro del entorno, demuestra ser lo único que les queda a aquellos niños que han perdido lo esencial. La televisión conlleva al abuso porque es cómoda, fácil y barata. Exige un mínimo esfuerzo, con ella se combate el aburrimiento, la falta de atención de los padres, la soledad...; por ello, a veces, es el marco familiar el que nos conduce a la tele.

## 2. Diseño de la investigación

Para realizar la investigación se propusieron los siguientes objetivos:

- Indagar en la actitud (positiva, indiferente, negativa) de los alumnos de nuestra muestra ante la televisión.
- Conocer la importancia que otorgan a la TV el grupo de escolares estudiados.
- Informarnos sobre los hábitos de consumo y las prácticas televisivas.
- Descubrir los programas más visionados por nuestro grupo de alumnos, sus preferencias en relación a géneros, programas, héroes y otros personajes.
- Analizar la relación que se establece entre el entorno (familia y amigos), el alumno y la TV.
- Conocer la actitud de los alumnos estudiados ante la publicidad.
- Investigar la imagen que tienen nuestros alumnos sobre la actitud que presenta su familia ante la TV.
- Saber cuáles son los personajes de la televisión preferidos por los alumnos para dibujar.
- Describir las características personales que poseen estos personajes.
- Averiguar qué tipos de características personales valoran más.

Como presupuestos de partida se plantean las siguientes:

- A los alumnos les gustan la televisión y presentan una actitud positiva ante ella.
  - Ver la televisión está entre sus actividades preferidas.
  - Las familias prestan poca vigilancia a lo que los niños ven en la televisión.
  - Los programas preferidos por los niños de estas edades son los dibujos animados.
  - Existe diferencia entre los dibujos animados dibujados por los niños que por las niñas.
  - A los niños le gustan la publicidad.
  - Los programas preferidos por los niños y las niñas son diferentes.
- En base a estos objetivos se elaboró un cuestionario del cual se obtuvieron los siguientes datos:
- La presencia de la televisión en los hogares es enorme, los escolares se levantan con la TV y se acuestan con ella, estando presentes en desayunos, almuerzos, meriendas, cenas y horario de noche.
  - Muestran gran interés hacia ella, la prefieren con respecto a otras actividades: leer, escuchar música, estar con la familia etc. La causa de su preferencia es por su fácil accesibilidad y el poco esfuerzo que conlleva.
  - Les gusta más ver la TV que hacer otro tipo de actividad porque consideran que es más cómoda, ya que no tienen que hacer nada y para ponerse a ejecutar otras actividades necesitan pensar y trabajar.
  - Normalmente, la ven solos o con sus hermanos. Hacen pocos comentarios sobre lo que ven en el momento de visionarla. Hablan más de lo que ven en la TV con sus amigos que con sus padres.
  - Sus padres no se sientan con ellos porque están trabajando u ocupados en tareas domésticas. La TV funciona en algunas ocasiones como niñera electrónica.
  - Existe poco control de la programación que ven. Los padres les prohíben ver algunos programas, pero muchos confiesan que buscan estrategias para superar estas prohibiciones. Les dicen que vean menos la tele, pero no se pone remedio para que así sea.
  - Les emocionan más el mundo de la TV que realizar otro tipo de actividades: dibujar, leer, etc.
  - Muchos niños cuentan con TV propia lo que supone una mayor libertad para ver todo.
  - En sus dibujos quedan representados sus héroes favoritos, los concursos de modas, las series..., influidos por todo lo que visionan.
  - Las características personales más valoradas de los personajes preferidos por los niños son la simpatía y la belleza seguida de fuerza. Esta última opción es elegida mayoritariamente por los niños.

En vista de los resultados obtenidos y como reflexión para las familias puede incluirse las siguientes propuestas:

- Ya que la televisión es un medio tan valorado, usado y poderoso en la vida de nuestros hijos no deberíamos permanecer al margen de su influencia.

- Los niños deben de aprender a ver la televisión, la escuela y la familia son los estamentos más implicados en esta labor.
- La televisión no debe de usarse como simple consumo, por el peligro que conlleva.
- Ya que influye tanto en nuestros hijos, tendríamos que detenernos a pensar en qué aspectos ejercen su influencia: expresión oral, expresión plástica, en sus valores, personalidad, modelos comportamentales, etc.
- Las familias deben informarse de su mal uso y de la necesidad de control sobre ella, no sólo en el tiempo de su consumo, sino en la programación.
- Transformarla en un instrumento de diálogo en lugar de una herramienta de incomunicación, comentando lo que se ve, resaltando aspectos positivos y negativos y conversando sobre el tema.
- Convertirla en un termómetro para medir los valores de convivencia, solidaridad y respeto a los derechos humanos.
- Servir de base para futuras investigaciones y ampliaciones del saber de nuestros hijos. A partir de determinados programas que les motivan ampliar sus conocimientos.
- Analizar la publicidad engañosa para llegar a un proceso de discernir realidad y fantasía.
- Aprovechar las nuevas tecnologías para ampliar el conocimiento y saber.

### Referencias

- AGUADED, J.I. (1998): Educación para la competencia televisiva. Fundamentación, diseño y evaluación de un programa didáctico para la formación del telespectador crítico y activo en Educación Secundaria. Tesis doctoral. Huelva, Departamento de Educación de la Universidad de Huelva.
- AIMEÉ, D. (1958): *Television and children: a especial médium for a especial audience*. Londres, Palladin Grafton Books.
- CONTRERAS, J. (1992): *Vida política y televisión*. Madrid, Espasa Calpe.
- FERIA, A. (1995): «Educación en valores y medios de comunicación», en *Comunicar*, 4. Huelva, Grupo Comunicar.
- HIMMELWEIT, H. (1958): *Television and the children: An empirical study of the effect of television on the young*. Oxford, University Press.
- MARIET, F. (1994): *Déjenlos ver la TV*. Barcelona, Urano.
- MARTÍN, M. (1990): «La participación de los medios audiovisuales en la construcción de la visión del mundo de los niños», en *Revista de Estudios Infancia y Sociedad*, 3. Madrid, Ministerio de Asuntos Sociales.
- MONESCILLO, M. (2000): *Evaluar para investigar y tomar decisiones: diseño, experimentación y evaluación de un programa de orientación para enseñar y aprender a evaluar*. Tesis doctoral Tomo II. Huelva, Departamento de Educación, Universidad de Huelva.
- MORRISETT, D. (1984): «Forreword», en MURRAY, J. y SALOMÓN, G. (Eds.): *The future of children television*. Nebraska, The Boys Town Center.
- MUÑOZ, J.J. y PEDRERO L.M. (1996): *La televisión y los niños*. Salamanca, Gráfica Cervantes.
- RODRÍGUEZ, F.J. (1992): *La televisión y los españoles. Análisis periodístico de un vicio nacional*. Madrid, Paraninfo.
- ROJAS MARCOS, L. (1992): «El ojo televisual», en *El País*, 16 de diciembre.
- WARTELLA, J. y REEVES, B. (1984): «Trends in research on children's television», en MURRAY, J. y SALOMÓN, G. (Eds.): *The future of children television*. Nebraska, The Boys Tow Center.
- VILCHES, L. (1993): *La televisión: Los efectos del bien y del mal*. Barcelona, Paidós.